

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan kekayaan atraksi pariwisata yang sangat beragam, namun distribusi daya saing antar destinasi menunjukkan ketimpangan signifikan. Ketimpangan daya saing antar destinasi di Indonesia menunjukkan ketergantungan struktural terhadap Bali sebagai pusat kunjungan wisatawan mancanegara. Kondisi ini menimbulkan risiko terhadap keberlanjutan sektor pariwisata nasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor pembentuk persepsi wisatawan internasional terhadap lima destinasi super prioritas serta merumuskan strategi peningkatan daya saing berbasis bukti yang mendukung diversifikasi destinasi secara nasional.

Penelitian ini menggunakan kerangka teoritis dari model daya saing destinasi yang dikembangkan oleh Dwyer dan Kim, dengan lima dimensi utama: *core resources*, *supporting factors*, *destination management*, *demand conditions*, dan *situational conditions*. Literatur sebelumnya menunjukkan dominasi dimensi atraksi dan pengalaman dalam memengaruhi persepsi wisatawan, serta pentingnya tata kelola dan kualitas layanan yang terintegrasi untuk memperkuat posisi destinasi berkembang.

Pendekatan kuantitatif eksploratif berbasis *user-generated content* digunakan dengan sumber data berasal dari platform TripAdvisor. Data dikumpulkan melalui *web scraping* dan dianalisis menggunakan *sentiment analysis*, *topic modelling*, dan *decision tree classification*. Proses kategorisasi dimensi berbasis kata kunci dan skor sentimen disusun secara sistematis, dengan pengujian validitas menggunakan *coherence score*, *cross-validation*, dan akurasi klasifikasi.

Hasil menunjukkan bahwa kelima dimensi memberikan kontribusi yang berbeda terhadap persepsi wisatawan. *Core resources* seperti lanskap alam, warisan budaya, dan ikon lokal merupakan sumber dominan sentimen positif. *Demand conditions* yang mencakup aksesibilitas, harga terjangkau, dan keramahan masyarakat turut memperkuat keterlibatan emosional wisatawan. *Destination management* terutama dalam aspek kebijakan kunjungan, manajemen keramaian, dan pemeliharaan fasilitas bervariasi antar destinasi, dan sering kali menjadi faktor penentu persepsi negatif bila tidak selaras dengan ekspektasi. *Supporting factors*

seperti infrastruktur transportasi dan konektivitas digital menunjukkan pengaruh lemah namun signifikan dalam keluhan wisatawan. Sementara itu, *situational conditions* seperti cuaca ekstrem, kebersihan lingkungan, dan keamanan lokal menjadi pemicu utama keluhan, terutama dalam ulasan bernada negatif. Pola-pola ini berhasil diidentifikasi secara konsisten melalui struktur pohon keputusan dan distribusi tema dalam topik.

Penelitian ini merekomendasikan strategi peningkatan daya saing berbasis data yang mempertimbangkan karakteristik lokal, dengan fokus pada penguatan manajemen, layanan, dan infrastruktur. Upaya ini harus dilaksanakan secara terpadu dan berkelanjutan guna memperkuat ketahanan daya saing destinasi di pasar global serta mendorong pemerataan manfaat ekonomi di sektor pariwisata nasional.

Kata Kunci: Daya Saing Destinasi, User-Generated Content, Sentiment Analysis, Topic Modelling, Decision Tree Classification, Pariwisata Indonesia